

证券代码：300296

证券简称：利亚德

### 利亚德光电股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2021-038

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议） <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称及人员姓名	张建宾 深圳河床投资管理有限公司 王旭栋 安信证券 马鹏旭 深圳市前海德毅资产管理有限公司 冯源 长江证券自营 巩象亮 泰信基金管理有限公司 张彦琨 深圳睿思资产管理有限公司 石础 北信瑞丰基金管理有限公司 李涛 深圳市明达资产管理有限公司 黄鹏 广州瑞民投资管理有限公司 黄易 北京鸿风资产管理有限公司 林相洁 中银三星人寿保险有限公司 孙雨晴 广东博众证券投资咨询有限公司 钟应球 广东大兴华旗资产管理有限公司 李晓荣 珠海金丰创晟投资管理有限公司 姜玉雯 嘉实基金管理有限公司 陈冠群 上海宁泉资产管理有限公司 陈润凯 深圳市格派贸易有限公司 王刚 招商基金管理有限公司 余晓辉 上海非马投资管理有限公司 颜丙占 深圳前海道谊投资控股有限公司 冯秉键 珠海金丰创晟投资管理有限公司 吴慧悦 广东博众证券投资咨询有限公司 何海杰 广东大兴华旗资产管理有限公司 黄文渊 广东锦汇林私募 吴凡 华夏基金管理有限公司 施同亮 摩根华鑫基金管理有限公司

	王大林 吴震 袁昌业 许曦文 李绪凯 丁戈 应峥 朱梦天 徐昀苑 张博 张沛 陆晓天 刘锟 庄自超 莫云驹 余伟民 何英 梁浩然 徐昀苑 衡昆 李先明 孙左君 华叶舒 郭世亮 莫云驹 黄飙 张少博 程伟庆 杨晨 朱思 谭佳俊 白锟 张金涛	广东丹禾易嘉资产管理有限公司 华泰保兴基金管理有限公司 安信证券 前海人寿保险股份有限公司 红塔红土基金管理有限公司 东吴基金管理有限公司 浙江景和资产管理有限公司 安信证券 前海人寿保险股份有限公司 金元顺安基金管理有限公司 中融基金管理有限公司 华夏基金管理有限公司 西部利得基金管理有限公司 北京宏道投资管理有限公司 广东博众证券投资咨询有限公司 慧创蚨祥投资发展有限公司 深圳市红石榴投资管理有限公司 珠海昀岫资本管理有限公司 前海人寿保险股份有限公司 安信证券研究中心 深圳宏鼎财富管理有限公司 西安瀑布资产管理 光大保德信基金管理有限公司 广州市善慧启世投资管理有限公司 广东博众证券投资咨询有限公司 金信基金管理有限公司 沐德资产管理（北京）有限公司 中信资产管理有限公司 广州万合私募基金管理有限公司 安信证券研究中心 金信基金管理有限公司 调音师资产（筹） 华宝基金管理有限公司
时间	2021年12月15日10:00-11:00	
地点	利亚德会议室	
上市公司	李楠楠	董事会秘书兼副总经理

<p>接待人员 姓名</p>	<p>刘阳 证券部副经理</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>本次投资者关系活动以电话会议的方式举行。会议中，董秘李楠楠向投资者介绍了公司的相关情况并回答了有关问题，具体内容如下：</p> <p>利亚德是做 LED 显示起家的公司。截止到目前，公司已连续五年蝉联全球 LED 显示市占率首位，这也将成为利亚德未来多年的一个重点发展目标，我们不但要保持全球市占率首位，也会进一步加大市占率的比重。</p> <p><b>一、利亚德战略历程</b></p> <p>利亚德 1995 年成立，2012 年登录创业板。截止到现在经历了三个战略周期。最初公司只做 LED 显示屏，业务相对比较单一，比较知名的项目如 2008 年奥运会的画轴、五环等是由利亚德承接的。也是从那个时点起，利亚德在行业里的知名度，以及在全球的市占率都在逐步提升。</p> <p>2013 年-2015 年，我们制定的战略叫“四轮驱动”，希望公司把自己的业务从单一的 LED 显示屏扩展到四个不同的方向，通过“内生”和“外延”共同发展将公司规模扩大。首先从“内生”角度，LED 显示一直是我们占比最高的业务板块，此外，2012 年利亚德通过自主研发的技术开发了一款新产品叫“小间距电视”，打开了新的市场空间。到目前为止，LED 显示领域里有大约 55% 的份额是由小间距电视所占据。小间距电视市场的启动是从 2012 年开始，也是由利亚德所带动的，所以在“四轮驱动”战略中，小间距电视是我们最重要的内生业务板块。除了 LED 显示和小间距电视这两个板块，我们设了两个“外延”板块，一个就是 LED 照明，另一个是文化旅游，因为通过 2008 年奥运，我们发现很多显示相关的创意思法，包括文旅方面的一些应用都可以用 LED 这样一款产品来实现，所以当时从下游客户延伸的角度，我们把 LED 照明和 LED 文化旅游方面的应用作为两个外延式的发展方向。因此这三年，一方面通过不断向国内、国外去推广小间距电视产品，另一方面通过外延投资并购的方式去扩展照明和文旅这两个方向的业务，到 2015 年为止，我们基本实现了“四轮驱动”的布局。</p> <p>之后的 2016 年-2018 年，我们的战略目标是把旗下的业务更好地整合</p>

在一起，因为我们的业务有显示、有照明、有文旅等，所以制定了“文化科技融合”的战略，希望用声、光、电的技术，把更多文化方面的业务拓展起来。在这个阶段我们把 LED 照明板块发展为“夜游经济”，文化旅游发展成“文旅新业态”。截止到 2018 年，整个融合协同的效应还是比较明显的。都知道，我们从 LED 照明延伸到“夜游经济”，这个板块在我们营收里的占比达到将近 30%以上，利亚德也一度成为全国规模最大的做“夜游”和“文旅”方向的集团公司。

2019 年-2021 年新一轮战略周期的调整，一方面是我们自身业务的变化，另一方面也结合了行业发展的背景。一个因素是在小间距电视上公司加大市场和产品的开发完善，LED 显示、小间距电视在全球 LED 份额不断提升，市场规模不断扩大，我们把小间距电视从零做到每年几十个亿的规模，国内国外均实现高速增长。同时我们在新技术上取得突破，也使公司的发展战略需要有进一步的调整。对于 LED 显示来说，我们的终极目标是 Micro LED，因为 Micro LED 一旦成熟，那么几乎所有的显示产品大部分都会被 Micro 替代，利亚德作为 LED 厂商，一直也在围绕着这样一个终极目标做技术开拓，于 2019 年初将 Micro 带出了实验室；第二个因素是占营收比重 30%的“夜游经济”业务在 2018 年政府“去杠杆”政策出台后受到了较大的影响，因为夜游经济和文旅板块相对来说政府客户占比大，政策之下，很多项目被延期甚至取消，业务可见度下降。所以 2019 年综合考虑这些因素，公司重新把显示作为我们发展的重点方向，提出了“深耕显示，稳健发展”的新战略。一方面就是将主营业务回归到智能显示，同时，受政策影响比较大的夜游和文旅，我们会控制在一定的规模；第二方面是关注现金流等财务指标的健康、以及订单的可预见性等与公司稳定增长有关的一些指标。

## 二、战略执行情况小结

今年是我们“深耕显示，稳健发展”战略的最后一年，总体来说实现了最初制定的目标。

先说深耕显示战略指标，从目前来看，虽然过去这两年遇到了一些疫

情的影响，但是显示的营收占比明显得到提升，从原来的 50%目前基本稳定在 75%以上，每年新签订单 75%以上也都是显示业务所带来的，且订单的可预见性也提高了。除此之外，从技术的角度也可以看出一些明显的迹象。Micro LED 2019 年走出实验室，2020 年我们跟台湾晶电进行合资成立了利晶微电子，进行 Micro LED 的量产生产，目前整个运作都跟我们最初签订的合资协议所规划的进度相符的。

然后从稳健发展这个指标的角度，现金流是体现最明显的，因为利亚德原来对现金流的关注度相对来说没那么高，基本每年现金流都为正但不会太多，但这两年我们通过战略的调整和业务规模的调整，可以看到现金流每年都在提升，像在去年疫情的情况下，我们现金流也实现了 11 亿这个水平。

### 三、今年以来公司所面临的变化

#### 1、市场范围和业务模式的变化

利亚德从 1995 年成立直到 2017 年前，95%以上业务都是直销模式，市场主要集中在高端市场，以解决方案为主，利亚德也形成了一个非常健全的全球范围内的直销网络，包括销售、技术支持、售后服务等一系列产品服务链条。2017 年，随着小间距电视技术的更新，市场也进一步被打开，它的成本和售价已经可以落地到一些中端市场，所以公司也及时做了重大决策，开启中端市场，保持全球市占率首位。中端市场的客户相对来说比较分散，市场容量也会更大，所以我们采取了渠道模式开拓这一市场。从 2017 年从零开始挖掘渠道合作伙伴，重新招聘团队，进行渠道市场的开拓，到去年已经达到 11 个亿的规模，取得了比较大的进展。

我们海外的市场也是随着 2015 年下半年公司收购了美国平达后正式开启，通过平达已有的成熟渠道把 LED 显示业务扩展到欧洲和美国等市场。这两年的疫情使海外市场的推广受到了一定的阻碍，2022 年我们预判，海外市场会陆续启动。所以明年海外市场的发展将是公司的一个重点。海外市场分成两个部分：一个是以平达为销售渠道的欧美市场，我们将在原有基础上加大市场投入力度；另一个是以香港为核心，覆盖亚、非、拉市场

进行深耕。

2021 年对利亚德来说是非常重要的一年，因为我们渠道的业务已经拓展到了下沉市场。小间距电视技术的成熟使得其性价比达到了一个最优时点。公司从 3 月份启动下沉市场营销策略，我们用“金立翔”品牌来做下沉市场品牌的发布，在渠道商的挖掘、团队的组建等方面也做了大量的工作，自下沉市场启动以来，进展也非常顺利，取得了不俗的成绩。明年，我们会继续把下沉市场作为渠道市场的发展重点。加强在不同市场维度的推广方式。

2、上半年上游原材料阶段性缺货带来的大幅涨价潮。利亚德凭借多年以来行业龙头地位的优势，以及与上游供应商长期合作关系的积累，跟上游厂家签订了保量的供货协议，保证了公司的接单供货能力。面对涨价，同行各家采取了不同的做法，从而也会带来后续不同的影响。

3、产能大幅提升。今年公司对三个生产基地进行了扩产：一个是位于深圳的南方产业园，将之前包括深圳利亚德在内的几个生产基地整体搬迁到一个产业园进行集中的生产和管理，以提升效率，降低成本，目前南方产业园已于 12 月 1 日正式迁入；第二个是新增了湖南长沙工厂，从 3 月决策到 7 月底投产，产能已达到 6000KK/月；第三个是利晶，今年 7 月开始达到 800KK/月产能，原计划明年翻倍，现已将扩产计划提上日程。

#### **四、对未来的展望**

未来几年，公司仍然会把显示作为主业，LED 显示比重将会进一步提升，具体将从三个方向发力：

一是在技术端。利亚德将继续保持在 Micro 产品和技术上的领先型，不断做技术的投入，希望能够引领整个全球 LED 行业迅速发展。除了自身在 Micro LED 上的努力，同时我们现在已经开始在 Micro 所涉及到的产业链上进行布局，去参与到产业链的不同环节，共同发展。

第二是向产品型公司转型。以前因为 LED 显示定制化的特点，公司销售模式以直销为主，为客户提供定制化的产品和解决方案。将来随着 LED 产品在不同领域里以标准化的产品形式出现，公司在业务模式上也将进行

转型。我们在最早开发 Micro LED 产品的时候就已经以 4 款不同尺寸的标准 2K 产品在推出，将来中端或者下沉市场也将会推出标准化的产品。所以未来推出标准化产品，以产品销售为引导这样的模式将会是我们发展的一个方向。

第三个方向是高端制造。随着 LED 产品的标准化和性价比的最优化，高端制造环节已经开始成为 LED 企业的一个核心竞争力，无论是对自动化程度、工艺的改良都提出了更高的要求，尤其是从今年上半年，行业上下游发生比较大的变化，具备高端制造能力的企业优势越来越明显。我们位于深圳的南方产业园，以及 7 月份投产的长沙生产基地，还包括无锡的 Micro 生产基地，都是以高端制造为定位的。我相信，在行业整合进入到集中度越来越高的时代，拥有高端制造水平的公司将会成为行业发展的引领者。

### **投资者提问**

1、请问一下智能显示板这块目前的主要产品，以及国内外收入占比是什么样的情况？

答：智能显示主要产品包括 LED 显示屏、小间距电视、Micro LED 以及平达的 LCD 等产品。智能显示板块目前在我们营收里面占 75%的份额，其中海外约占 30%，国内 70%。

2、请问 VR 产品我们现在是否有切入？

答：VR 我们最核心的是旗下全资收购的美国 NP 公司所拥有的光学动作捕捉，在全球属于领先地位，它属于 VR 领域的一个底层技术，不管是在影视行业还是游戏等其他行业的开发上，很多都是以动作捕捉技术作为底层进行二次开发的。

对于 VR 板块我们有几个方向的拓展：

一是拓展国内的市场，因为 VR 这个公司目前是在美国，整个公司的运转、生产，包括它的市场空间也是以欧美为主，我们这两年收购之后，一个就是希望能把国内市场不断扩大份额和落地；

第二个是把它这个底层技术应用到不同行业领域里，去做标准的行业方案，这是我们这两年在国内开发和拓展的；

第三个是想做数字化的资产，我们旗下的光学动作捕捉技术它的精细度非常高，甚至可以捕捉到面部表情和手部的细微动作，所以我们希望能够通过这个技术把一些数字资产做起来，未来进行二次应用。

3、VR 产品落地这块，还有一些相关场景能不能再做一些介绍？

答：VR 板块 90%业务是以硬件的形式出售给全球渠道商，差不多大型国家里都有我们专门的渠道商总代，这是 NP 一直以来的营销模式。它的应用大致在几个方向：

一个是影视制作，这是它最早进入的产业，好莱坞差不多 70%以上的动画人物都是通过他们的产品 Optitrack 制作出来的，这块大概占到它将近 30%的比重；再有一块是动画和游戏的制作，不同于传统一帧一帧的手绘，现在很多都是通过真人穿戴动捕设备做出来的，这是它第二个比较大的市场，大约占到 10%的份额。其他的还有培训领域，比如说篮球、高尔夫球等，还有一些用于工业检测，无人机，医学等只要涉及精准定位的都会用到 Optitrack。

4、Micro LED 和 Mini LED 公司提前布局主要考虑是什么呢？

答：Micro 是显示的终极目标，我们在 2015 年左右就已经进入到 Micro 的巨量转移等新技术的开发。2020 年我们首次把 Micro 进行量产，通过 COB 模式或者 POB 模式的量产，未来我们将会沿着 COG 或者其他量子点的技术去做拓展。Mini LED 我们是做背光，由我们旗下利晶公司做研发，现在 Mini 背光面板研发方案已经出台了，我们会根据市场的需求和动向去做投产规划。

5、Micro LED 目前主要客户是什么领域的？

答：Micro 现在相对来说比较贵，一个是因为它的间距是很小的，常规小间距是以 1.0mm、1.2mm 为主导，Micro 出来之后，最大间距是 0.9mm，



	<p>最小间距是 0.4mm，因为间距更小，又采取了新的工艺，目前规模也不是很大，所以基本现在都定位在高端客户，我们是通过直销模式在做国内和国外市场的推广。所以我们现在能看到国内 Micro 确实是以政府端，或者一些大型企业为主要的客户，海外是以欧美或者中东的大型规模企业为我们的重要客户。</p> <p>接待过程中，公司接待人员严格按照有关制度规定，没有出现未公开重大信息泄露等情况。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2021 年 12 月 15 日